

LOS JUEGOS DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL: UN ESTUDIO DE CASO

Diego Crespo Pereira y Lucía Rey-Ares
Universidade da Coruña

La formación en competencias del alumnado es uno de los retos principales que ha planteado el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y que conlleva la necesidad de revisión de las metodologías docentes. En este contexto, los juegos de simulación se plantean como un recurso didáctico que favorece la toma de decisiones, el aprendizaje a través de la experiencia o la implicación del alumnado en la construcción de su propio conocimiento.

Esta comunicación tiene como objetivo el análisis del impacto que un juego de simulación empresarial centrado en la fijación de estrategias comerciales ha tenido sobre la adquisición de competencias y la motivación del alumnado del Grado en Gestión Industrial de la Moda de la Universidad de A Coruña.

A través de un análisis estadístico de datos obtenidos tras la realización de una encuesta de satisfacción al alumnado, se constata que éste valora de forma muy positiva la realización del juego de simulación empresarial. De hecho, el 100% del alumnado determina que la actividad ha merecido la pena, siendo la valoración global otorgada de 4,5 puntos sobre un total de 5. Igualmente, el alumnado considera que esta técnica docente ha incrementado su grado de motivación, ha permitido un acercamiento a la realidad empresarial y ha contribuido a la mejora de sus conocimientos y al desarrollo de competencias como el trabajo en equipo. Los resultados obtenidos durante el juego y las respuestas del alumnado en la encuesta han aportado además retroalimentación al profesorado de cara a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje.